

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan skincare dalam gaya hidup masyarakat terus meningkat. Trend skincare saat ini juga berdampak positif bagi kalangan Make Up Artist (MUA) dalam menjalankan bisnisnya dengan memberikan hasil makeup yang bagus untuk konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Metode penelitian dengan kuantitatif deskriptif, dengan menyebarkan kuesioner kepada 160 responden. Metode analisis data dengan menggunakan software statistic SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan H1) Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen; H2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen; H3) Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen; H4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen; H5) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen; H6) kepuasan konsumen mampu memediasi secara parsial pada pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen; H7) kepuasan konsumen mampu memediasi secara parsial pada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

As time goes by, the need for skincare in people's lifestyles continues to increase. The current skincare trend also has a positive impact on Make Up Artists (MUA) in running their business by providing good makeup results for consumers. This research aims to determine the effect of price and product quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable. The research method is descriptive quantitative, by distributing questionnaires to 160 respondents. Data analysis method using SmartPLS statistical software. The research results show H1) Price has no effect on Consumer Satisfaction; H2) Price has a positive and significant effect on consumer loyalty; H3) Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on Consumer Loyalty; H4) Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction; H5) Product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty; H6) consumer satisfaction is able to partially mediate the influence of price on consumer loyalty; H7) consumer satisfaction is able to partially mediate the influence of product quality on consumer loyalty

Keywords: Price, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

